CAUSAS Y AZARES, “Las Radios de Nuevo Tipo: ‘La estética sin la ética no sirve para nada’”, entrevista realizada por Ernesto Lamas a José Ignacio López Vigil, *Causas y azares*¸ n° 5, otoño de 1997, págs. 77-89.

Encuentro con José Ignacio López Vigil

López Vigil es el coordinador para América Latina y el Caribe de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). Fue responsable de programación de varias radios comunitarias-populares, fue miembro de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Ha escrito numerosos libros sobre comunicación comunitaria, entre los que se destacan *Una mina de coraje* (sobre las radios mineras bolivianas), *Las mil y una historia de la radio Venceremos* (sobre la radio insurgente salvadoreña) y su última publicación *Manual urgente para radialistas apasionados.*

En septiembre de 1996 se realizó en Buenos Aires, el Primer Encuentro de Radios Argentinas miembros de AMARC. Esta asociación nacida en Canadá en 1983, reúne a emisoras y centros de producción radiofónica de todo el mundo. Vigil participó de este encuentro y en esa ocasión fue realizada esta entrevista.

CAUSAS Y AZARES: En cincuenta años de historia en América del Sur, las Radios de Nuevo Tipo fueron bautizadas según el origen, objetivo político, perfil de programación, protagonistas, sector social de pertenencia. ¿Cuál es el recorrido de esas denominaciones, cuál el concepto elegido por el movimiento continental más allá de las particularidades?

LÓPEZ VIGIL: La palabra con que todo este movimiento se origina es radio educativa, incluso ni siquiera radio educativa sino escuelas radiofónicas. Estas nacen en Colombia en la experiencia del padre Joaquín Salcedo, año 47, departamento de Boyaca.

Un pueblito, una vereda, Sutatenza. Un párroco recién llegado que visitando las comunidades en su caballo Califa se da cuenta de que hay algo que corre más rápido que su caballo: las ondas hertzianas. Un cura muy preocupado e interesado por el analfabetismo que había en esa zona, en aquellos años de la posguerra, pensaba que si resolvía el problema de la falta de instrucción, iba a resolver también el problema del hambre. Y preocupado también por el tema de la evangelización.

Hasta entonces no había un uso alfabetizador del medio radio. Existían las experiencias de servicio público europeas, los programas culturales, pero no había un uso metódico de la radio como un instrumento para la alfabetización. Con sus pro y sus contras. Por un lado la radio enseñaba a leer y escribir, enseñó a miles de campesinos colombianos. Y por otro no había una relación entre esa alfabetización y el desarrollo, ni la organización popular, ni mucho menos una movilización popular.

El problema es que la experiencia de Sutatenza más que una radio educativa era una escuela radiofónica. Una escuela sin paredes, una escuela a través del micrófono que no respetaba el lenguaje propio del medio, sus géneros y formatos; era una escuela a la distancia con dos maestros que teledirigían a los alumnos. Después se pasó de “escuelas radiofónicas” a “educación radiofónica”.

La experiencia rebotó en la mayoría de los países de América Latina donde congregaciones religiosas y obispos compran la idea, compran frecuencias de radio y se ponen a recorrer el mismo camino alfabetizador. Rebota en La Voz de la costa de Chile, en Argentina en Incupo, en Brasil con las experiencias de Radio aparecidas, en toda centroamérica: en el Salvador, en Nicaragua, en Honduras.

La iglesia católica llegó a tener en el continente más de trescientas frecuencias de radio. Algunas, posteriormente, fueron vendidas porque obispos y superiores religiosos no sabían qué hacer con ellas.

En el año 52 en Bolivia, está la otra punta de la historia. Los mineros bolivianos al calor de la revolución, que duró muy pocos meses, tuvieron tiempo para reclamar y obtener frecuencias de radio. Frecuencias de radio para intercomunicarse en los mismos socavones mineros, para su movilización sindical, radios mineras políticamente calientes muchas de ellas de corte marxista, otras de programación panfletaria. Pero, así como las otras eran propiedad de la iglesia católica para la alfabetización, éstas eran las primeras radios en la historia latinoamericana en poder de la clase trabajadora para la movilización popular.

Curiosamente la punta boliviana no se expandió como la colombiana. En parte porque la izquierda latinoamericana nunca ha sido sensible a los medios audiovisuales, ha preferido siempre lo escrito. Aún en territorios analfabetos seguían apostando por lo escrito y por lo herméticamente escrito. Fue Bolivia la que quedó con la experiencia más consolidada de radios en manos de la clase trabajadora. Actualmente esas radios mineras, que fueron heroicas, pioneras, que fueron leídas y releídas y siempre citadas, hoy día

prácticamente han desaparecido al desnacionalizarse las minas cuya nacionalización fue la que les dio origen. La desnacionalización de las minas bolivianas de estaño y plata es la que pone en jaque y mate a la radiodifusión minera.

Volvamos a las experiencias de la iglesia católica. Muchas de ellas se fueron inspirando en las ideas de Paulo Freire. Muchas radios brasileñas comienzan a tomar como modelo ya no una alfabetización descontextuada sino una alfabetización popular, una educación popular. La radio educativa latinoamericana comienza a ser radio educativa y popular. Cuando se hace el tránsito ya en los años setenta al concepto de radio popular se deja el sustantivo y nos quedamos con el adjetivo: popular. Ese fue el tránsito que se hizo.

La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) se funda en el año 72 en Buenos Aires. Allí concurren el grupo de las radios inspiradas en Sutatenza, con la misma metodología, pero que ya han superado con mucho la propuesta puramente alfabetizadora, instructiva y están haciendo trabajos de educación popular. Una segunda rama que estaba representada por Radio Santa María de República Dominicana, tomaba prestado otro método de hacer radio educativa. En Islas Canarias durante los años 60 del franquismo se había desarrollado una emisora, Radio ECCA, que trataba de responder a una necesidad muy urgente, no tanto de alfabetización, sino que la gente no tenía certificados de primaria ni secundaria. Había un boom hotelero, todo un mercado de trabajo y una exigencia de títulos. ECCA responde a esta necesidad. Una radio orientada a dar títulos de primaria a los oyentes que se inscribían. Ese modelo se importa a finales de los 60 a radio Santa María en el norte de República Dominicana.

El modelo ECCA no era como el de Sutatenza, sin control de objetivos ni títulos reconocidos por el Ministerio de Educación. Ahora sí, Radio Santa María ofrece a los campesinos del Cibao títulos reconocidos por el ministerio. Se hace alfabetización y educación primaria a distancia. El método es mucho más individualizado que el colombiano, porque en Sutatenza los campesinos se reunían en una casa para oír la instrucción con un maestro presencial, teledirigido desde la radio. El modelo ECCA elimina el maestro presencial y la reunión casera, y el alumno se relaciona directamente con el maestro locutor a través de unos esquemas donde hay rayitas y donde él tiene que completar cosas que le van diciendo por el programa de radio. Queda una reunión semanal presencial para corregir esos materiales.

Fueron los jesuitas de Fe y Alegría los que extienden en Venezuela, en varias emisoras, el método estrenado en América Latina por Radio Santa María. También en Ecuador y en Bolivia. El modelo ECCA es todavía más instructivo que el de Sutatenza, e igualmente separado de la organización y comunicación popular. En Santa María se le trató de poner un poco más todavía de contexto de comunicación para el desarrollo.

Esas dos líneas —Sutatenza y ECCA— ambas de iglesia católica, de corte educativo, se juntan en el año 72 y constituyen ALER, que comienza a funcionar con una primera secretaría ejecutiva en Buenos Aires.

Se dedicaron, fundamentalmente, a investigar más que a brindar servicios a las afiliadas. Más tarde en el año 80, el padre Winfredo Van den Berg, director de Radio La Voz de la Costa, en la X Región chilena traslada la Secretaría de ALER a Quito. El entonces presidente Jaime Roldós, daba mucha apertura a organizaciones internacionales. Además Ecuador era un sitio muy céntrico. La instalación de la secretaría de ALER en Quito da un nuevo aire a la institución. La secretaría se convierte en una oficina de servicios: de capacitación, de intercambio, publicaciones útiles para las radios.

El tránsito se ha hecho de escuelas radiofónicas a educación radiofónica (un concepto más amplio), luego a radio educativa (aún más amplio), y de éste a radio popular, que es el término con el que trabaja ALER.

—¿Cuál fue el desarrollo de las experiencias que permitió autoreconocerse como Populares y no sólo Educativas? ¿Por qué Populares?

—Ahí hay primero las experiencias de Paulo Freire, la educación popular, la educación para el desarrollo. Esta educación se preocupaba menos de la instrucción y más de educar para la salud, las necesidades cotidianas, y básicamente educar para la organización popular. Sutatenza tenía una visión más masiva. Al padre Salcedo le interesaba llegar a muchos, a todos. Precisamente había optado por el medio radio por lo masivo. Sutatenza piensa en un medio masivo que le permite tocar a una audiencia potencial muy amplia.

Varias factores empujaron a un reduccionismo de las audiencias de las radios educativas: la experimentación presencial de Paulo Freire, los regímenes militares de los años 70, también la misma mentalidad cristiana, en la cual se apuesta por una evangelización dialógica. La iglesia católica siempre a mantenido reservas respecto a los medios masivos. Pasó mucho tiempo hasta que Pio XII sacara una encíclica al respecto, de más apertura. Siempre hubo una desconfianza hacia lo masivo, haciéndolo equivalente de masificante.

El caso es que la propuesta educativo radiofónica que se maneja, en el año 72 en plenas dictaduras latinoamericanas, es un concepto muy restringido en el que no interesan tanto las audiencias masivas, sino poner la radio al servicio de las organizaciones populares. Organizaciones populares para la transformación

político social, revolucionaria. La radio se concibe como herramienta, como un instrumento al servicio del fortalecimiento de las organizaciones populares. No hay mucha preocupación por el lenguaje ni por la dinámica específica del medio radio.

Cuando estuve trabajando en las radios mineras de Bolivia, mi gran sorpresa fue descubrir emisoras de radio que concentraban su programación en la atención a esos grupos organizados, de repente el grupo organizado eran veinte personas. Un medio masivo concentraba toda su energía y su capacidad en ellos. En un taller que tuve en el año 83, en radio Pío XII, la bronca fue grande por decir: “Señores, utilicen el medio masivo para la masa”, es decir, “una radio no puede ser vanguardia de los grupos organizados”. Y eso no se entendía, la radio era una herramienta al servicio de las organizaciones populares. Ha tenido que llover mucho para que esta concepción se repensara y para que, sin descuidar la atención a los grupos organizados de la sociedad civil, esos grupos se proyecten desde la radio a la masa, y no que se hablen entre ellos mismos a través de la radio.

—En la década del setenta aparece el concepto de alternatividad. Alternativo en relación al poder hegemónico, alternativo en lo que hace al uso de nuevos formatos. Lo nuevo de ese concepto permitía cortar claramente los objetivos de los medios que se reconocieran a si mismos como alternativos.

¿Las radios y sus asociaciones hicieron alguna distinción entre lo popular y lo alternativo?

—Creo que la cuna de la palabra alternativo tiene que ver más con el mundo universitario, más teórico. Nunca he sabido quién la echó al tablero. Se trabajaba mucho en la izquierda. En Perú se hablaba de radios populares y de radios alternativas. Las alternativas eran las apadrinadas por un organismo no gubernamental (ONG) y por lo tanto eran sospechosas de tener un compromiso popular débil porque era una ONG o una iglesia la que tenían atrás. Las radios populares eran las que olían a barro y cebolla, donde estaban las experiencias directamente gestionadas y administradas por el pueblo.

Otras veces se usó la palabra alternativa como comodín y entonces todo lo que hacía el pueblo era alternativo. Personalmente no me gusta la palabra, la encuentro peligrosa porque alternativo quiere decir otra cosa, algo distinto. Si se comprende bien, uno entendería que es otra manera de hacer radio, una manera servicial, participativa, popular de hacer radio. Pero muchas veces por alternativo se entendió no hacer lo que los otros hacen y hacer lo que no hacen. Si la radio comercial toca música en inglés, yo, por alternativo, no la toco. Si la radio comercial pone música bachatera, yo, alternativo, no la paso. Si ellos son sensacionalistas en el periodismo, yo soy sobrio y solemne. Y así.

La alternatividad venía a convertirse en una confrontación. Nos encantaba confrontar, conspirar y estar en contra. Lo alternativo tuvo mucho que ver también entre nosotros con un cierto placer de estar en la oposición aunque uno a veces ni sabía a qué estaba opuesto. Lo alternativo devino muchas veces en marginal. Peor aun automarginal.

—Más tarde, en la década del ochenta llegamos al concepto Comunitario. Fue una asociación nacida en Canadá la que comienza a utilizar esa denominación.

—La palabra “comunitaria” en el caso de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) viene de Canadá, sin embargo, ya era empleada en las radios argentinas y otros lugares. Es una palabra también ambigua.

En Bolivia, el concepto comunitario equivale a campesino, a rural. En otros lugares tiene connotaciones religiosas porque en las comunidades eclesiales de base que se desarrollaron en toda América Latina, el concepto “comunidad” es un concepto cristiano, religioso, no sólo católico sino evangélico, incluso de sectas en las que se reúne la comunidad.

En Canadá tiene fuerza el concepto comunitario, tiene que ver con sociedades muy anónimas donde la radio comunitaria responde a esa búsqueda de una identidad, de una familia perdida, de un vecindario perdido. Tiene que ver también con radios de minorías o que suman minorías en su programación. Por ejemplo, Radio Centre Ville en Montreal, se llama comunitaria porque suma las comunidades de los chinos, de los vietnamitas, de los haitianos, de los latinos. Cada uno tiene una franja de una hora o media hora en una sumatoria de programas de minorías y esas comunidades que hablan en sus pequeñas franjas forman una radio comunitaria. En América Latina las radios no son sumas de minorías sino que son mayorías. Aquí no es ese perfil de programación el que se hace aunque haya programas sueltos en la programación. Entonces el concepto de comunidad tiene que ver con la comunidad barrial, la comunidad campesina en Bolivia.

El concepto comunitario tiene igual que el de “popular” sus pro y sus contra. Es un concepto ligado al de sociedad civil y a ciudadanía. Personalmente creo que en breve habrá que dar el salto a otro concepto, el de radio ciudadana. El concepto de construir ciudadanía, corresponde exactamente a lo que estamos buscando con nuestros proyectos.

En el Cono Sur el concepto de comunitario tiene influencias más europeas donde se trabajaron varios conceptos: el concepto comunitario, el asociativo, se trabaja ahora por el concepto casi cooperativo de propiedad, el concepto de radios libres.

El concepto de radios libres sí es fácil saber su origen. En los años setenta en Europa, era tal el monopolio estatal de los medios de radio y televisión, que la sociedad civil hacía conocer sus opiniones desde las radios “piratas” que emitían desde el Mar del Norte, a través de los barcos, hacia el continente. El reclamo fundamental era liberar la voz. La radio libre era eso, una radio que habla sin el control estatal y forzando, de hecho, a romper los monopolios estatales. Es curioso que en Brasil el concepto que nace también al calor de las dictaduras es el de radio libre porque ahí lo que se buscaba era liberar la voz. En sociedades muy autoritarias como las centroamericanas, prefirieron la palabra participativa. Incluso en la Nicaragua Sandinista y en El Salvador de la posguerra, utilizan el concepto de radio participativa, apelando al reclamo fundamental de estas sociedades muy verticales y caciquistas.

—La historia de las Radios Insurgentes o Guerrilleras es un buen ejemplo de etapas completamente distintas en las que tienen que nacer, intervenir, construir las radios de nuevo tipo. Esa historia tuvo un nacimiento con objetivos muy concretos, su accionar fue fundamental y hoy están en una tercer etapa que puede ser la última, al menos en relación a los objetivos políticos que les dio origen. ¿La competencia por audiencia y el ingreso a la disputa comercial expresan el fin de la intervención contrahegemónica?

—Radio Rebelde, año 58, dirigida directamente por el Che en la Sierra Maestra no tuvo ningún problema radiofónico más allá de su instalación. Duró poco tiempo y siempre se definió como un instrumento de agitación y propaganda, como un instrumento de lucha al servicio de la guerrilla. Radio Sandino tampoco tuvo problema porque duró muy poco, menos de dos años.

Las que comienzan a tener tremendos problemas radiofónicos son las radios “Venceremos” en Morazán, El Salvador, y la radio “Farabundo Martí” del lado de Chalatenango en El Salvador. ¿Por qué? Porque la guerra se prolonga, y la radio tiene que estar uno, dos, cuatro, ocho, once años en el aire. Entonces el problema ya no era sólo agitar a los guerrilleros o intercomunicarlos, o hacer acciones de agitación y propaganda sino mantener la audiencia, hacer programación radiofónica. Recuerdo que los de la Venceremos me decían que cuando había un lío, cuando se caía un avión, había un atentado gordo o una coyuntura política grave, tenían audiencia al cien por ciento pero cuando no, no porque la gente seguía oyendo otras emisoras más entretenidas.

Entonces se vieron desafiados a hacer una programación no sólo de contenidos políticos agitadores y militares sino a asumir también las reglas del juego radiofónico. La Venceremos comenzó a hacer experimentos sumamente audaces, originales, inimaginables. Comienzan a hacer sociodramas, reproducción de batallas pero no como las famosas de los nazis. Era una cosa más sencilla, ponían sus efectos de sonidos, ponían sus cosas, incluso las hacían con buen humor. “La guacamaya subversiva” fue el nombre que le dieron a un programa humorístico hecho bajo tierra en condiciones físicas y técnicas inimaginables.

Uno habla ahora de la radio portátil y callejera, la radio Venceremos fue una radio en camino. Siempre en camino, huyendo siempre, transmitiendo siempre y no dejando de salir al aire ni un sólo día. Mentira, dejaron de salir al aire tres días en toda la guerra para hacer creer al coronel Domingo Monterrosa que sus tropas habían capturado el transmisor de la Venceremos. Este personalmente cargó el transmisor supuestamente capturado a la Venceremos y ellos con un telemando hicieron explotar el helicóptero. A los cinco minutos salieron al aire para dar la noticia. Estuvieron tres días callados porque habían preñado el transmisor de tacos de dinamita, se lo dejaron agarrar y Monterrosa se lo creyó. Monterrosa era el Rambo de los EE.UU en El Salvador, el asesino de los mil campesinos de el Mozote, el verdugo mayor que tuvo ese país. En ese momento la Venceremos se convirtió no ya en un instrumento de agitación sino en arma directa preñada de dinamita. Eso es una página estelar. Yo creo que en la historia de la radiodifusión latinoamericana el transmisor de la Venceremos convertido en explosivo justiciero es una página histórica.

La Venceremos se ve abocada a descubrir el lenguaje radiofónico. Grandes discusiones tuvo el equipo de la emisora con el tema de la música. Cuando planearon el sitio de la capital de San Salvador en aquel noviembre del 89 se decidieron por ambientar la programación con el instrumental de “Yellow Submarine”. La juventud guerrillera estaba aburrida del solemne himno del guerrillero y de los himnos eternamente agitadores, quería oír rock, quería onda moderna. La primera vez que sonó Madonna en la Venceremos, todavía bajo tierra, fue un escándalo político-ideológico. Los comandantes se rasgaron las vestiduras pero la juventud, no sólo la de San Salvador sino la juventud guerrillera, estaba feliz porque oía otro tipo de música a través de la Venceremos. Fue una especie de violación ideológica. Casualmente la canción que tocaron de Madonna fue “Like a virgin”. Los de la Venceremos me decían que, a pesar de todo, les resultaba más fácil

hacer radio en tiempos de guerra porque tenían a su favor el heroismo, la curiosidad de amigos y enemigos, de alguna manera todos tenían que escucharte para conocer la otra campana de la guerra.

Cuando la radio Venceremos junto con la Farabundo Martí, después de los acuerdos de paz firmados en el año 92, se instalan con legalidad en San Salvador, se encuentran con un desafío mayor que es ya no sólo estar en la oposición. La gente me va a escuchar con una programación regular, se acabó la guerra, se acabó lo legendario de la radio Venceremos y ahora hay que hacer radio.

Han tenido grandes dificultades y contradicciones los de la Venceremos. Dicen: nosotros queremos estar en un buen lugar de audiencia, en los primeros lugares del rating. Correcto. Pero para lograrlo han hipotecado la programación informativa, se han puesto a hacer una radio prácticamente musical, para ganar anunciantes. No han logrado muchos anuncios, pero en todo caso han perdido la razón de ser de la radio, que es impactar en la opinión pública. No es malo querer ser rentable, al contrario, pero si el precio es hipotecar mi proyecto político no vale la pena. Se hipnotizaron con los numeritos del rating. Vieron que otras emisoras musicales, La Femenina, una radio musical, estaba en primer lugar y se pusieron a competir con ella. Una tontería. Porque yo no compito contra todas las radios que hay en el dial, sino contra aquellas que tienen los mismos objetivos que la mía, las que inciden en la opinión pública. Esas son la competencia, las radios informativas. Yo no compito con un tocadiscos al aire libre, que es lo que suelen ser muchas radios musicales. La KL sí, ésa es competencia. Porque la KL es la que genera la opinión pública. Mi competencia serán las radios que lideran la opinión de una ciudad o un país. Los de la Venceremos se pusieron a competir con las radios musicales y acabaron como ellas, moliendo discos.

—¿Se siguen llamando Venceremos?

—Sí. Se siguen llamando Venceremos. O mejor RV, como para camuflarse. Pero todo el mundo sabe, incluidas las agencias de publicidad, quienes son. Es triste. Creo que han perdido su antigua audiencia y no han ganado ninguna nueva. Incluso, las ayudas internacionales que tenían, de los verdes de Alemania, las han perdido. Una pena.

—Las radios comunitarias nacen y consolidan su existencia en coyunturas en las que intervienen desde la oposición clara al sistema, incluso desde la marginalidad y la clandestinidad. Frente a la aparente libertad de expresión que plantea el neoliberalismo, ¿cómo intervienen las radios de nuevo tipo?

—En Bolivia, recuerdo, las radios mineras me decían que en tiempos de represión eran más creativos, se les excitaba más la imaginación. Los mejores programas y las mejores novelas las hicieron en los tiempos más duros, bajo la dictadura de Banzer, bajo la dictadura de García Mesa. En tiempos de apertura democrática, me decían, no se nos ocurren muchas cosas. La famosa cadena de radios mineras se activaba con las dictaduras, luego no se encadenaban para transmitir nada, ni siquiera los deportes.

Esto tiene una explicación en las dos matrices donde nacen las radios latinoamericanas, la Iglesia y los sindicatos. Enemigas a muerte, repiten sin embargo, algunas actitudes. Por ejemplo en ambas matrices se preocupan por los contenidos y no por las formas. Ambas entienden que la verdad, sea el Evangelio o *El Capital*, se impone. Y así descuidan las reglas del juego radiofónico. Las emisoras tanto de izquierda como de la Iglesia consiguieron mucha audiencia no por razones radiofónicas sino por razones ideológicas. Los padrecitos ponían una radio y —buena o mala la programación— la gente cristiana la escuchaba. En zonas campesinas la fidelidad era aún mayor. Eran radios educadoras y todo el mundo quiere "ser educado", oían la radio aunque se aburrieran con los programas. O decían que la oían porque muchas veces adulteraban radiofónicamente con otras emisoras divertidas. Por suerte nuevos actores han aparecido en el escenario de la comunicación latinoamericana, especialmente los jóvenes, que dan otra frescura, que toman en serio el lenguaje del medio.

—Además de la derrota política y militar de la izquierda y de la crisis de la Iglesia en relación con las comunidades, en la década del noventa crece el impacto de los medios audiovisuales. La consolidación de los multimedios plantea un nuevo desafío, el de competir por audiencia, por el mercado, por definir la agenda. ¿Cuál es la perspectiva de desarrollo y de impacto de las radios de nuevo tipo?

—Recuerdo una anécdota iluminadora: cuando le pregunté al entonces director de radio Quillabamba, el padre Rufino Lobo, si sabía en qué lugar del rating andaba su emisora, estoy hablando de una radio ubicada en el oriente peruano, Rufino me respondió que su radio estaba en el primer lugar. Me extraño la respuesta, conociendo lo aburrida que era su programación. Se me ocurrió entonces preguntar "por cierto ¿cuántas radios hay en Quillabamba?" "Una sola, —me dijo— la nuestra". Es fácil ser los primeros cuando somos los únicos. Después cuando instalaron nuevas emisoras en Quillabamba, comenzó a ocupar el segundo, el tercer lugar de audiencia. Cuando hubo cuatro, él ocupaba el cuarto lugar. Estas radios, de la izquierda y de la Iglesia, no se ocuparon de la competencia, más bien hacían gala de que no competían. Cosecharon éxitos

porque no había competencia. Los grandes éxitos radiofónicos, especialmente los de la Iglesia, se cosecharon en los medios rurales donde la radio sirvió de teléfono, de telégrafo, de buzón de correos, de nucleador de las comunidades.

Este tema de la competencia toca de lleno a las radios educativas, comunitarias, participativas o como se llamen porque muchas de ellas no se planteaban este asunto. No se planteaban siquiera el desafío de la masividad, pero poco a poco la fueron aceptando. Todo el aspecto de la competencia aún cuesta mucho trabajo. Entre otras por el mecanismo —digno de agradecer pero al mismo tiempo distorsionador— de los subsidios de las agencias de cooperación internacional. La mayoría de estas emisoras han recibido y reciben ayudas internacionales. Cuando una radio tiene su financiamiento asegurado, el esfuerzo se pone en seducir a las agencias y no en seducir a la audiencia con la buena programación. Muchas programaciones de estas emisoras alternativas han estado en el aire no por la calidad sino por el respaldo económico.

"Educativo" muchas veces se convirtió en sinónimo de programa aburrido. Los programas no se confrontaban con la audiencia a la que iban destinados sino que se enviaban a la agencia de cooperación para que los siguieran apoyando. Muchos productores, no todos naturalmente, descuidaron su creatividad, perdieron competitividad, agresividad en la programación. Ahora, al ir de retirada estos subsidios, al exigir las mismas agencias rentabilidad, autofinanciamiento de los proyectos, muchas de estas emisoras se ven confrontadas a un grave problema radiofónico. Es decir, el problema no es que yo tenga buenos contenidos sino con qué forma los transmito. El problema no es que yo tenga una propuesta para el desarrollo sino con qué forma radiofónica la comunico. Ahí es donde creo que está uno de los desafíos más urgentes de muchas de estas radios educativas. Ahora, uno dice competir, ya, voy a competir. ¿Cuál es mi competencia? Hay que definir a quién le estoy apuntando, cuáles son las radios que realmente crean opinión pública si es que defino la emisora como una generadora de opinión pública. Generadora de opinión pública no quiere decir necesariamente una radio partidizada ni ideologizada ni mucho menos pero se supone que estas emisoras hacen radio para colaborar, para contribuir al desarrollo de las mayorías nacionales. Si me pongo a competir con radios musicales estoy fuera de foco completamente.

—Hablando de cómo construir comunidad, cómo construir un medio de comunicación que profundice la democracia en relación a la competencia que establecen los medios de comunicación audiovisuales, a la globalización de las fuentes, de las emisiones. Las redes comunitarias son pequeñas en relación a las comerciales y muy jóvenes. Las experiencias paradigmáticas de las radios comunitarias, las mineras, las educativas, las insurgentes, tuvieron etapas de apogeo pero han entrado en crisis, o no existen más o están debilitadas. ¿Qué actualidad, qué perspectivas tienen? ¿Qué justifica el empeño de la sociedad civil en el desarrollo de las radios comunitarias? ¿Estos medios corren el riesgo de ser refugios?

—Creo absolutamente que tienen futuro, eso es indiscutible. El punto es que las radios, como la gente, nacen, crecen, a veces se reproducen, a veces mueren, las matan, a veces mueren antes de tiempo, por desgaste, por vejez. Las experiencias latinoamericanas, unas se adaptaron al medio y otras no. Adaptarse no quiere decir condescender sino saber reacomodarse y relacionarse con una nueva sociedad en la que estamos viviendo. Muchas de esas emisoras se han desgastado absolutamente. Sobreviven o están ahí porque tienen su capacidad instalada, porque siguen recibiendo subsidios o apelando al voluntariado, pagando malos salarios, haciendo pésimas programaciones y radiofónicamente vegetando.

Han aparecido nuevas emisoras, nuevas radios, nuevos actores con audacia, las mujeres exigiendo palabra propia y pública, organizaciones y movimientos sociales de la sociedad civil, antiguas emisoras educativas que han rejuvenecido. Hay una pujanza en cantidad y calidad como antes no había, ahora somos más y mejores. Somos más porque cuantitativamente hay más experiencia en toda América Latina y si lo malo se contagia, lo bueno también. Por ejemplo en Haití, oyeron otras experiencias y varios llamémosle comunicadores-inseminadores, llevaron esa semilla. Hoy día hay más de veinte radios comunitarias que han descubierto, no porque no lo supieran sino porque a lo mejor eran valores dormidos, el enorme valor de la palabra pública. En el Cono Sur hay montones de experiencias, no la efervescencia de las tres mil radios de los años 80 u 85, pero hay una cantidad notable de experiencias algunas de ellas muy consolidadas. Creo que la incomodidad que demuestran los medios privados y algunos dirigentes de algunas asociaciones de empresarios, está en relación directa al crecimiento de nuestras experiencias. El crecimiento tiene que ver con lo barato de instalar una radio en la banda de FM, y con el descubrimiento de esos nuevos actores de tener una palabra pública y propia.

También hemos mejorado en calidad. Hoy en día se está haciendo mejor radio, se está explorando mejor el lenguaje radiofónico, se están incorporando elementos básicos que antes se descuidaban, por ejemplo, la opinión. Durante mucho tiempo en nombre de la educación popular no se opinaba en nuestras radios. Se decía: "nosotros damos datos y ustedes elaboren". "Nosotros somos simplemente albañiles del pensamiento,

no hacemos ingeniería". Muchas veces ese no dar opinión escondía miedo, timideces, una falsa concepción de la educación. Creo que hoy día en las radios se opina con fuerza.

Se han rescatado formatos polémicos igualmente descuidados: formatos de debate, mesas redondas, contraposición de opiniones. Se han rescatado formatos de intermediación social que anteriormente eran tildados de asistencialismo. La radio redescubre su papel de mediadora social y su responsabilidad de emplazar a las autoridades, de exigir a los funcionarios el cumplimiento de sus promesas. Intermediar a los ciudadanos con sus autoridades y a las autoridades con sus posibles electores. Todos esos programas de intermediación, han levantado a muchas de estas emisoras. El buen humor, no sólo en lo cómico sino en el bienestar, una programación que produce bienestar a través de conductores mucho más alegres, menos solemnes, menos ceremoniosos, menos encorbatados. Creo que eso se ha ido ganando y eso es calidad de programa. Programas útiles, durante mucho tiempo obsesionados con la organización popular, el único objetivo de todos los programas era que la gente se organizara. La gente se organizó y no resolvió tampoco sus problemas, porque no es sólo con organizar una cooperativa o un sindicato que se resuelven los problemas. Entonces se hablaba en exceso de la organización popular y se descuidaban, también en nombre de la educación popular ciertas utilidades. Bueno, la primera utilidad de la radio siempre ha sido darle la hora a la gente tenga o no tenga reloj. Programas de consultorio donde la gente a través de preguntas y respuestas resuelve problemas de sexología, educación de los niños, orientación vocacional, asistencia jurídica, asistencia laboral, bolsas de trabajo, programas de cambalache, farmacias de turno. Programas que representan utilidad para la vida cotidiana de la gente. Todo eso se ha rescatado y eso es calidad de programación.

—¿Eso no acerca más estas experiencias a la idea de la radio como servicio público, como por ejemplo la BBC de Londres, que al viejo ideal de radios transformadoras?

—Sí, aunque las llamadas radios de servicio público, muchas veces no lo eran tanto. No conozco la programación de la BBC en Gran Bretaña. No sé si hay este tipo de programas facilitadores de la vida cotidiana, o si se centra más en programas llamados culturales , música clásica, tertulias, pero no se si había programas de utilidad inmediata para el oyente. En ese sentido no se si se acerca más al servicio público que a una tercera forma que, por cierto, la radio comercial practicó mucho, que no por amor al oyente sino por amor a vender el champú y los espaguetis: servicialidades más que servicios a la audiencia.

El servicio que hacía la radio educativa no era a través de programas útiles sino a través de lo que se llamó servicios sociales, el programa número uno de audiencia de todas las radios educativas latinoamericanas. La cartera perdida, el caballo que me espere, la mujer que parió en el hospital, el abuelito que se murió. Todo ese teléfono público, que en muchas radios llamaban "tandas de servicio público". He visto en Bolivia gente haciendo colas de tres cuadras a las cinco de la mañana para ir a poner avisos, en zonas donde no había teléfonos.

Se ha redescubierto, para volver al tema de la calidad, lo lúdico que estaba también descuidado, más aún satanizado. Pero lo lúdico no son sólo los concursos sino los deportes. Los deportes fueron casi satanizados también en nombre de la educación popular porque "el deporte distrae la atención de los verdaderos problemas". Lo lúdico, más que un programa, es toda una actitud de los mismos conductores de radio que juegan con los oyentes como buenos amigos. Se han redescubierto programas que tocan lo caliente, lo emotivo del ser humano. Programas sentimentales en los que la gente puede llorar o sufrir, puede reír, amargarse, a través de casos dramáticos de la vida ajena. En la radio brasileña ha explotado desde la crónica roja dramatizada, con un éxito enorme, hasta casos en que la gente es llevada al set de televisión o a la cabina de radio para contar su drama y los oyentes la aconsejan, todo eso que tiene que ver con lo sentimental. En los noticieros ¿qué ocurrió? Que nosotros éramos los analíticos, íbamos a interpretar la realidad y no nos interesaba ganar la primicia, no nos interesaba el periodismo callejero, el reporte de última hora ni de último minuto porque eso era sensacionalismo, eso era periodismo amarillista. Invocando todo eso descuidamos la primera vocación periodística que tiene mucho de bombero, del reportero callejero. Eso se ha redescubierto también.

Por otra parte, la definición instrumental de la radio perjudicó mucho. Sí, la radio es un instrumento, pero es muchísimo más que eso. Es como si definieramos la relación sexual como un instrumento para tener hijos. Es eso y muchísimo más que eso. Es un espacio de amor, de encuentro. También una emisora es un espacio de encuentro, de diálogo. El hombre se hace hombre hablando. La palabra nos humaniza, nos hace pensar, crecer. La palabra pública nos hace pensar en público, nos legitima, nos da una representación social.

—El movimiento de las radios comunitarias está relacionado con la perspectiva política de la izquierda. No estamos en una etapa de auge de la intervención de la izquierda en lo político. ¿Cuál es la perspectiva política que aglutina a las experiencias de radios comunitarias?

—¿Dónde está hoy la izquierda, dónde la derecha? Es difícil responder. Tal vez por eso prefiero hablar de radios que ponen su poder al servicio de los sin poder, de los ciudadanos comunes y corrientes, de la sociedad civil. Políticamente, la opción de una radio comunitaria es ser pluralista, abrirse a todos los sectores de la comunidad, a todos sus colores políticos. Una radio comunitaria no puede estar casada con un partido político. Perdería representación social. Esto no quiere decir que un partido político no pueda tener una radio. No, que la tenga. Y que no escondan su posición política. Pero su programación tiene que estar abierta a todas las opiniones, debe ser pluralista. Si no, no es radio comunitaria, sino corneta de propaganda.

Una radio comunitaria tiene una vocación democrática. Su programación debe ser pluralista, aunque los propietarios tengan una opción política o religiosa. ¿Cuál es la propuesta política nuestra? Creo que pasa por declarar nuestra profunda y radical inconformidad con el modelo de sociedad que se está construyendo, que excluye a las mayorías de nuestros países. No puede ser que trescientos millonarios en el mundo acumulen más poder en sus cuentas bancarias que el ochenta por ciento de la población mundial. Una brecha entre ricos y pobres, y entre inforicos e infopobres, que crece, que se agiganta. Un mundo injusto que no puede conformar a ningún medio de comunicación con vocación de servicio social. Una radio comunitaria no puede aceptar esto. Y tiene que poner sus mejores energías y su mejor creatividad para revertir esta tendencia. No hacemos radio por el gusto de hacer radio (aunque nos encanta hacer radio). Hacemos radio básicamente para ayudar al desarrollo de nuestros pueblos. Hacemos radio para ayudar a transformar la sociedad, para poner un grano de arena —o mejor de silicona— en la construcción de una mejor ciudadanía, de una democracia más amplia. Esa es nuestra utopía: la democratización de las comunicaciones para así contribuir al desarrollo equitativo y sustentable de nuestros pueblos.

Hay un matrimonio indisoluble entre la comunicación y el desarrollo. Tan indisoluble es, que si llegaran a divorciarse no nos interesaría la radio comunitaria. Algunas experiencias son, tal vez, radiofónicamente lindas, bonitas. Pero para nosotros, la estética sin la ética no sirve para nada. Y la mejor programación no nos sirve si no está puesta al servicio del desarrollo.